

Fausses informations, vraies indignations ?

Les « fake news » comme support des discussions politiques du quotidien

False information, true indignations? Fake news as a resource of daily political discussion

Romain Badouard



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/reset/3175>

DOI : 10.4000/reset.3175

ISSN : 2264-6221

Éditeur

Association Recherches en sciences sociales sur Internet

Référence électronique

Romain Badouard, « Fausses informations, vraies indignations ? », *RESET* [En ligne], 10 | 2021, mis en ligne le 13 mai 2021, consulté le 22 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/reset/3175> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/reset.3175>

Ce document a été généré automatiquement le 22 mai 2021.

© Association Recherches en sciences sociales sur Internet

Fausses informations, vraies indignations ?

Les « fake news » comme support des discussions politiques du quotidien

False information, true indignations? Fake news as a resource of daily political discussion

Romain Badouard

Introduction

- 1 La désinformation en ligne occupe une place importante dans l'agenda médiatique français depuis le référendum sur le Brexit et l'élection présidentielle américaine de 2016. La propagation de « fake news »¹, soit des contenus trompeurs ou mensongers prenant la forme d'articles de presse, a fait couler beaucoup d'encre quant à sa capacité à influencer l'opinion des électeurs et à peser sur l'issue de scrutins majeurs. Les recherches en sciences sociales tendent pourtant à tempérer ces inquiétudes, en mettant en avant les effets limités de la publicité politique en ligne sur les comportements électoraux (Broockman, Green, 2014,), ou en insistant sur le caractère politiquement situé de la réception des fausses nouvelles, qui veut que les plus grands consommateurs de ces contenus soient les internautes les plus convaincus (Allcott, Gentzkow, 2017).
- 2 Si de nombreux travaux ont depuis 2016 cherché à appréhender les effets de la désinformation en ligne sur les opinions des internautes, peu en revanche se sont penchés sur les modes d'appropriation des fausses informations dans les discussions du quotidien (Tandoc et al, 2017). Il semble pourtant que les rumeurs, théories du complot et autres canulars d'actualité donnent lieu à des pratiques de consommation et de partage d'informations différenciées (Alloing, Vanderbiest, 2018), et puissent constituer des occasions, voire des prétextes, à des prises de parole politiques (Taïeb, 2010 ; Badouard, 2017). De manière générale, les travaux portant sur les rumeurs et les légendes urbaines, en ligne (Froissart, 2009) comme hors ligne (Aldrin, 2005), ont

montré à quel point leur mise en débat constitue une activité sociale à part entière. De leur côté, les travaux portant sur la consommation d'informations d'actualité sur les réseaux sociaux (Le Caroff, 2015 ; Bastard, 2019) ont mis en avant les mécanismes d'interprétation collective des événements d'actualité qui naissent sur les fils de discussion, pendant lesquels le sens attribué à un fait est l'objet d'intenses négociations.

- 3 Dans ce contexte, cet article se propose d'explorer les usages des fausses informations dans les discussions politiques du quotidien sur les réseaux sociaux : de quoi débat-on, et comment débat-on, lorsque des « *fake news* » sont utilisées comme ressources principales des échanges ? Nous chercherons notamment à caractériser ces discussions au regard des critères d'analyse des travaux sur la délibération en ligne (Strommer-Galley, 2005 ; Greffet, Wojcik, 2008 ; Monnoyer-Smith, Wojcik, 2012).
- 4 Dans cet article, nous avons recours à la notion de « discussion politique du quotidien » telle que mobilisée dans les travaux de Scott Wright (Wright, 2016 ; Graham, Jackson, Wright, 2016) afin de désigner des conversations informelles entre citoyens ordinaires sur les réseaux sociaux, portant sur l'actualité politique, et prenant part dans des espaces conversationnels non politisés a priori (ce que Wright nomme les « *third spaces* »). Selon Wright, ces « tiers espaces » sont davantage susceptibles d'accueillir des conversations contradictoires, réunissant des internautes aux opinions diverses, échangeant de manière rationnelle ou apaisée, tout en constituant des vecteurs de politisation pour des individus peu intéressés par l'actualité politique.
- 5 Cette étude se concentre sur trois critères fréquemment analysés dans les travaux sur la délibération en ligne (Stromer-Galley, 2007 ; Monnoyer-Smith, Wojcik, 2012 ; Wright, 2016), à savoir l'expression d'accords et de désaccords, la politisation des prises de parole et la violence des échanges, auquel est ajouté un quatrième critère, directement lié à la spécificité du sujet traité dans cet article : la réalité de l'information discutée. En effet, puisque les discussions prennent pour support une fausse information, nous nous intéresserons aux modalités d'intervention d'internautes visant à vérifier les faits présentés dans l'article, à travers l'étude de l'impact des commentaires de fact-checking sur la dynamique des échanges.
- 6 Pour ce faire, l'analyse proposée dans cette étude porte sur deux corpus distincts. Le premier est un corpus de 234 articles relevant de fausses informations politiques issues de la base de données du Décodex du journal *Le Monde*. Le second corpus regroupe un ensemble de 350 commentaires tirés de fils de discussion sur Facebook, liés aux partages des articles en question sur le réseau social. L'étude se concentre donc sur Facebook, plutôt que sur d'autres réseaux sociaux comme Twitter, pour deux raisons principales. La première a trait à la sociologie des usagers de ces réseaux : en comparaison de Twitter, dont la composition « élitiste » et la sur-représentation de professionnels des médias et de la politique éloigne de la possibilité d'observer des « citoyens ordinaires » (Boyadjan, 2014), Facebook est un réseau démographiquement plus diversifié et propice à l'observation, notamment, des pratiques informationnelles des classes populaires (Pasquier, 2018) ; par ailleurs, le cadre d'échange interpersonnel de Facebook, où les internautes sont avant tout connectés à des individus qu'ils connaissent, correspond mieux à notre volonté d'observer des « discussions du quotidien », notamment lorsqu'il s'agit de discussions autour de sujets d'actualité (Le Caroff, 2015 ; Bastard, 2019).

- 7 L'enjeu de cet article est ainsi de déterminer s'il existe une spécificité aux discussions politiques de fausses informations, notamment en comparaison des résultats des travaux portant sur les discussions d'actualités politiques traditionnelles. Il s'agit également de contribuer à une caractérisation de ces échanges aux regards des travaux sur la délibération en ligne. Étant donné la taille particulièrement limitée du corpus étudié (234 articles, 350 commentaires), les résultats présentés dans cet article n'ont qu'une valeur exploratoire, qui empêche toute tentative de généralisation. Leur enjeu est davantage de dresser des pistes pour de futures recherches dans le domaine de la réception de la désinformation en ligne.
- 8 Pour ce faire, l'article commence par réaliser une revue de littérature de la question de l'influence des fausses informations sur l'opinion des internautes, avant de se concentrer plus en détail sur les enjeux liés à leur consommation. Nous présentons ensuite le travail d'analyse des 234 fausses informations politiques tirées de la base de données du *Monde*, avant de nous concentrer sur les résultats du codage de 350 commentaires liés aux discussions de 10 fausses informations politiques tirées du premier corpus.

Les « *fake news* », entre problème public et panique morale

Quantifier un niveau de désinformation

- 9 S'il est difficile de mesurer précisément la progression de la désinformation dans le débat public en ligne, les études qui ont essayé de la quantifier ces dernières années mettent en avant un phénomène inquiétant et adoptent volontiers un ton alarmiste. Aux États-Unis, dans le cadre de l'élection présidentielle de 2016, le journaliste Craig Silverman a par exemple montré que le volume de partages des vingt fausses nouvelles les plus populaires pendant la campagne avait largement dépassé celui des vingt articles de presse les plus lus pendant la même période (8 711 000 partages contre 7 397 000) (Silverman, 2016). En France, selon une enquête du cabinet Bakamo², près d'un quart des huit millions de liens partagés sur les réseaux sociaux pendant la campagne présidentielle française de 2017 auraient trait à des contenus tronqués ou manipulés. L'enquête scientifique « *The Spread of true and false news online* », publiée dans *Science* en 2018, et portant sur la diffusion de 126 000 rumeurs sur Twitter entre 2006 et 2017, corrobore ces résultats en mettant en avant la quantité et la rapidité du partage de fausses informations en comparaison des informations traditionnelles (Vosoughi, Roy, Aral, 2018). Selon les auteurs de cette étude, les fausses informations se diffuseraient ainsi six fois plus vite que les « vraies » sur le réseau social.
- 10 Ces études qui reposent sur des analyses quantitatives font face à deux critiques principales. La première est que le partage de fausses informations, si impressionnant soit-il, reste largement minoritaire par rapport au partage d'informations en général. Par exemple, dans l'enquête de Silverman portant sur les « *fake news* » les plus partagées lors de la présidentielle américaine (Silverman, 2016), les auteurs ont souligné que les vingt canulars les plus populaires avaient occasionné 8 711 000 partages sur Facebook pendant la campagne. Comme le rappelle Dominique Cardon, ce chiffre ne correspond en fait qu'à 0,006% des partages sur le réseau social pendant la même période (Cardon, 2019). Si cet argument ne prend pas en compte l'intensité des

interactions avec les contenus (plus important pour les fausses nouvelles que pour les productions des médias traditionnels), il tempère les représentations catastrophistes liées à la visibilité globale (finalement réduite) des contenus trompeurs.

- 11 Une seconde critique a trait au fait que se focaliser sur les quantités de partage laisse penser que tous les internautes sont concernés de la même façon par cette propagation. Or, il n'en est rien. Dans le même article, Dominique Cardon rappelle également que sur Twitter, par exemple, seuls 1% des internautes ont été exposés à 80% des fausses informations diffusés. D'après une étude du Médialab de Sciences Po³ portant sur la diffusion des « *fake news* » sur Twitter pendant la campagne électorale française, l'exposition à ces contenus est directement liée aux orientations politiques des internautes : plus on est situé à droite du spectre politique, et plus on est susceptible, par le biais des comptes que l'on suit, d'y être exposé. De la même façon, aux États-Unis, le partage de fausses informations politiques en temps de campagne semble également être corroboré à l'orientation politique des internautes, dans la mesure où les internautes américains seraient plus susceptibles de croire une fausse information si celle-ci donne une bonne image du candidat qu'ils soutiennent, ou au contraire détériore celle du candidat opposé (Allcott, Gentzkow, 2017).
- 12 De manière générale, les résultats de ces études ne font que réactiver les enseignements d'enquêtes anciennes en sociologie des médias, qui montrent, depuis les travaux fondateurs de Paul Lazarsfeld (1944), que les citoyens et citoyennes qui consomment le plus d'informations en période électorale sont les plus convaincus, relativisant de fait la théorie des effets forts des contenus médiatiques sur les opinions des indécis.

La réception des « fake news » en question

- 13 D'autres études, s'intéressant davantage à la réception des fausses nouvelles et à leur appropriation par différents types de public, ont souligné la grande diversité des critères pouvant expliquer l'adhésion à des fausses informations. Elles ont notamment mis en avant l'importance du critère générationnel dans l'appropriation des contenus, certaines montrant que les jeunes générations étaient particulièrement mal équipées pour évaluer la pertinence des sources⁴, d'autres soulignant à l'inverse que les seniors étaient plus susceptibles de partager des fausses informations que les jeunes internautes (Guess, Nagler, Tucker, 2019). Les travaux de Julien Boyadjan (2020) tendent de leur côté à montrer qu'en matière d'exposition à la désinformation, le critère générationnel est un critère secondaire en comparaison d'autres facteurs, notamment l'appartenance à une classe sociale (Boyadjan, 2020). Ils montrent par ailleurs que les jeunes issus des classes populaires sont plus exposés à un problème de « non-information » que de désinformation, et s'informent peu sur les sujets d'actualité politique en général.
- 14 En France, une enquête de l'IFOP réalisée en collaboration avec la Fondation Jean Jaurès⁵ a tenté en 2019 de croiser les niveaux d'adhésion à différentes théories dites « complotistes » aux profils sociodémographiques des sondés. À partir d'un sondage portant sur 1506 personnes représentatives de la population française (selon la méthode des quotas), l'étude parvenait à la conclusion que l'adhésion aux théories du complot était socialement située : les plus jeunes (moins de 35 ans), les moins diplômés et les membres des classes populaires exprimaient un niveau d'adhésion supérieur aux

autres catégories de population. Deux autres facteurs d'ordre « psychologique », testés dans l'enquête, influençaient le degré de « croyance » : la défiance envers le fonctionnement démocratique (les sondés qui accordaient le moins d'importance à la vie en démocratie étaient ceux qui exprimaient la plus forte adhésion aux théories complotistes) et le sentiment d'avoir réussi sa vie (moins l'expression de ce sentiment était forte, plus forte était l'adhésion).

- 15 Ces deux derniers éléments sont par ailleurs corroborés par une étude qualitative par entretiens réalisés avec des internautes qui partagent des fausses informations et des théories complotistes (Le Caroff, Foulot, 2019). Les résultats de cette étude montrent ainsi que si les profils sociologiques et idéologiques de ces internautes font preuve d'une certaine diversité, tous partagent une forte défiance à l'égard du système politique et des médias, ainsi qu'un sentiment de déclassement social. Au Royaume-Uni, le même type de méthodologie (*focus group*) a mis en évidence le même type de résultats (Nielsen, Grave, 2017) : le niveau d'adhésion aux fausses informations serait directement corrélé au niveau de défiance exprimé à l'égard des médias et des dirigeants politiques.
- 16 L'étude de l'IFOP a cependant suscité une polémique au moment de sa publication, notamment sur la diversité des énoncés présentés aux sondés (on y retrouve à la fois des théories du complot relatives aux vaccins, aux Illuminati, au « grand remplacement », au 11 septembre ou à la mission Apollo), et plus fondamentalement sur le sens donné au terme d'« adhésion » : au final, qu'est-ce qu'« adhérer » à une théorie complotiste ? Y croire « dur comme fer » ? Prendre plaisir à en discuter ? Exprimer des doutes à l'égard d'une « version officielle » ? Les études en psychologie sociale portant sur le complotisme tendent à montrer que « répéter n'est pas croire », pour reprendre l'expression de Sylvain Delouée (2015). La discussion des rumeurs constitue une activité sociale à part entière et correspond à des dynamiques diverses et variées, de la simple conversation informelle du quotidien n'ayant d'autre but que de faire fonctionner le lien social (Aldrin, 2005 ; Froissart, 2009), à de véritables enquêtes collectives qui rendent compte d'une forme d'autonomisation de la réception de l'actualité par rapport aux grilles de lecture proposés par les médias traditionnels (Rebillard, 2017). Par ailleurs, sur les réseaux sociaux, le partage des rumeurs et des théories complotistes ne se fait pas toujours « au premier degré » : on partage aussi, et parfois surtout, des canulars d'actualité pour les interroger, les critiquer, les démentir ou s'en moquer (Alloing, Vanderbiest, 2018). Face à ces pratiques, la simple mesure d'un volume de partages ne rend pas justice à la complexité des modes de réception. À l'inverse, le partage important d'un contenu peut aussi constituer un signe extérieur de réception critique. Dans un cadre un peu différent, celui des propos faisant l'apologie des actes terroristes en ligne, le journaliste Jean-Marc Manach avait par exemple mis en lumière le phénomène de paradoxe réactionnel⁶, qui veut que les pratiques de dénonciation collective d'un contenu sur les réseaux sociaux engendrent paradoxalement leur mise en visibilité et confortent leur popularité.
- 17 Un autre type d'appropriation des fausses informations et des contenus complotistes a trait à leur usage comme support de discours politiques. Les travaux d'Emmanuel Taïeb ont ainsi montré comment les théories du complot pouvaient constituer des vecteurs de politisation, permettant de « requalifier publiquement des informations factuelles relatives à des événements donnés, pour en faire des enjeux à la signification discutée et interpeller la population et les acteurs politiques à leur sujet » (Taïeb, 2010 : 280).

Autrement dit, ces contenus constituent des outils utiles pour ranimer le débat public à propos de causes ou de dossiers considérés comme « clos » dans les médias traditionnels. Cet usage politique des rumeurs, des complots et des fausses informations semble s'être accentué ces dernières années, si bien que ces contenus constituent aujourd'hui des outils de propagande dans un contexte de très forte défiance à l'égard des élites politiques, médiatiques et intellectuelles (Benkler, Faris, Robert, 2018 ; Huygue, 2019 ; Badouard, 2017). Elles sont notamment le fait de réseaux situés à l'extrême-droite du spectre politique, parfois qualifiés de « fachosphère » (Albertini, Doucet, 2016 ; Gimenez, Voirol, 2017), qui diffusent des informations biaisées ou mensongères dans le but de promouvoir dans l'espace public des sujets en lien avec les thématiques chères à ces mouvements, comme l'immigration et les droits des minorités. Si les effets directs des « *fake news* » sur l'opinion semblent pour le moins limités (Cardon, 2019), il n'en demeure pas moins que leur usage politique produit des effets indirects. Leur capacité à saturer certains espaces de débat en ligne produit des effets de mise à l'agenda et légitime certaines thématiques de campagne, propres à favoriser la visibilité des partis d'extrême droite (Jamieson, 2018).

- 18 Les différentes études présentées ici tendent donc à montrer que, d'une part, la réception et le partage de fausses informations sont idéologiquement et socialement situés et que, d'autre part, ces contenus éditoriaux peuvent être utilisés à des fins de propagande politique, tout en étant en priorité partagés par des internautes déjà convaincus. En revanche, ces études nous disent peu de chose des discussions qui accompagnent le partage de ces fausses informations. Les travaux d'Irène Bastard sur les conversations autour des contenus d'actualité (Bastard, 2019), ont montré à quel point ces discussions pouvaient faire l'objet d'un processus collectif de « recodage », au cours duquel le sens principal de l'information est remis en question et négocié. Selon Bastard, ce sens découle d'une interaction entre trois cadres d'interprétation : celui proposé par les médias, celui qui découle de l'expérience de chaque internaute, et le cadre collectif construit dans la discussion. Observe-t-on le même type de phénomène en ce qui concerne les « *fake news* » ? Afin de répondre à cette question, il apparaît nécessaire de comprendre en premier lieu les types de discours politique que ces fausses informations incarnent, avant d'étudier les dynamiques de leur mise en discussion.

Les rumeurs politiques pendant la présidentielle de 2017

La base de données des Décodeurs

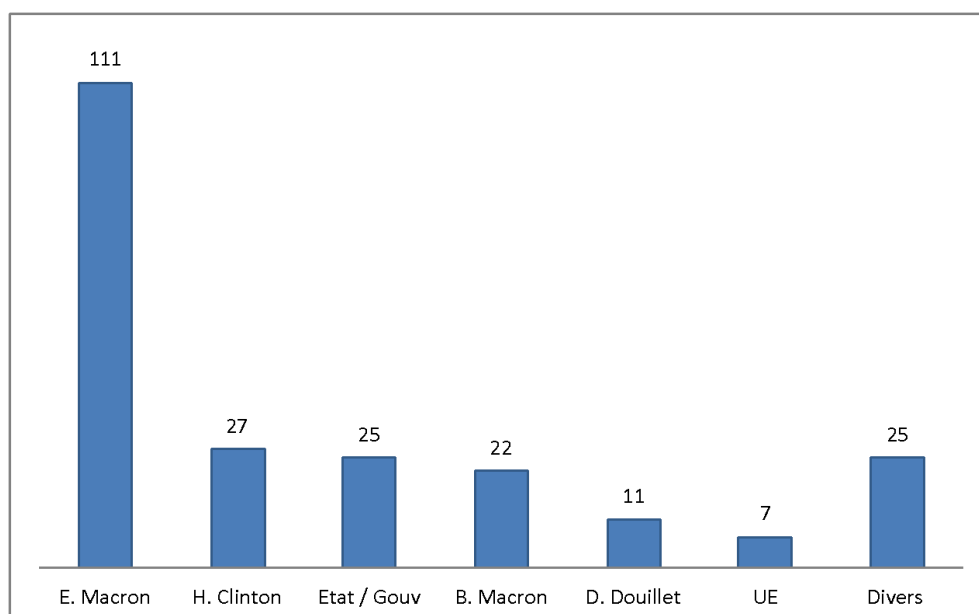
- 19 À l'automne 2017, les journalistes de la cellule de *fact-checking* du journal *Le Monde* (« Les Décodeurs »), ont rendu publique une base de données comprenant 101 fausses informations vérifiées entre février et septembre 2017 (période couvrant la campagne présidentielle de 2017).. Ces fausses informations ont occasionné la production de 1001 articles, ayant eux-mêmes engendrés 4,3 millions de partages sur Facebook. Elles englobent une grande diversité de thèmes, mais les catégories « santé », « politique », « immigration », « faits divers » et « international », sont les plus représentées au sein de la base de données.

- 20 L'étude présentée ici se focalise sur les 234 articles contenus dans la catégorie « politique ». Les articles contenus dans les autres catégories de la base de données peuvent également engendrer des discussions politiques, notamment ceux ayant trait à la santé, à l'immigration ou aux relations internationales. La focalisation sur la catégorie « politique » correspond à une solution de facilité, puisque le partage des articles de cette catégorie permet d'avoir « automatiquement » accès à un fil de discussion correspondant à une « discussion politique du quotidien » (Wright, 2016).
- 21 Une autre limite méthodologique a trait à la manière dont sont compilés ces articles par les journalistes du *Monde*. Pour être retenus, ces articles doivent être « vérifiables », c'est-à-dire qu'ils comprennent une information que l'on puisse qualifier de « vraie » ou « fausse » : une donnée statistique par exemple, une déclaration d'une personnalité politique, ou un événement précis, dont on pourra vérifier si ils ont eu lieu, ou non⁷. Or, les « *fake news* » ne sont pas des contenus homogènes, à propos desquels il serait facile d'établir une frontière étanche entre « vraies » et « fausses » informations. À l'inverse, les phénomènes de désinformation en ligne correspondent plutôt à des logiques de « malinformation » (Frau-Meigs, 2019), au travers de contenus ni complètement faux, ni totalement vrais, et qui relèvent d'extrapolations, de déclarations sorties de leurs contextes ou de sur-interprétations. En d'autres termes, les fausses informations analysées dans cet article n'ont pas vocation à être « représentatives » du phénomène des « *fake news* » dans son ensemble.

Les « fake news » comme support de discours politiques

- 22 Les 234 articles contenus dans la catégorie « politique » de la base de données du Décodex ont fait l'objet d'un double codage. D'une part, il s'agissait de relever pour chaque article son thème principal, et d'autre part de relever les personnalités politiques ou les institutions visées en priorité dans la publication.

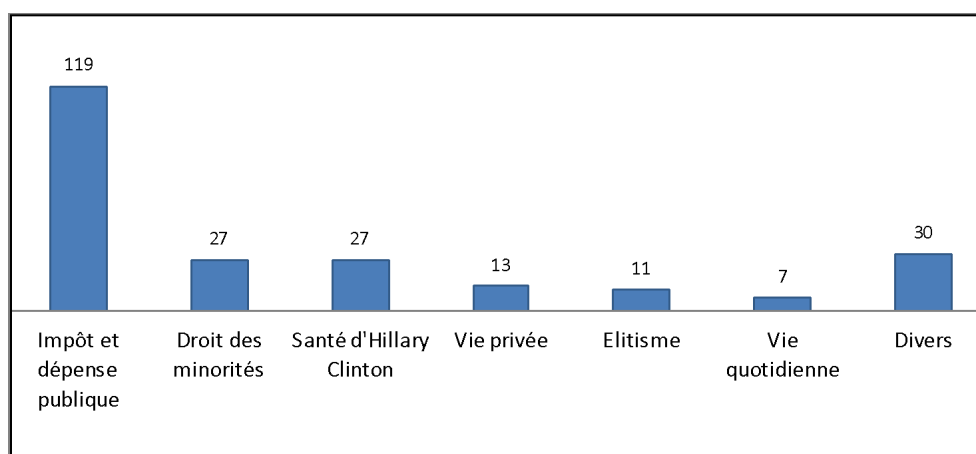
Figure n°1 : Personnalités et institutions visées dans les articles de la catégorie « Politique » (n=228)



- 23 Sur les 234 canulars de la catégorie, 228 mentionnent directement une personnalité ou une institution. Le candidat puis le président Emmanuel Macron est directement pris pour cible dans 111 articles, et représente à lui seul près de 60% des partages de la catégorie (ce qui représente près de 2 millions de partages sur Facebook). Parmi les articles les plus partagés, on retrouve des annonces (en réalité inexistantes) du candidat sur la fin des allocations familiales ou la mise en place d'une taxe sur les potagers, des « révélations » sur les frais de bouche du président qui seraient cachées par les médias traditionnels, ou plus généralement des témoignages de mépris d'Emmanuel Macron vis-à-vis des classes populaires, notamment une fausse déclaration qui lui est attribuée selon laquelle il se laverait les mains à chaque fois qu'il serre la main d'un ouvrier. Cette dernière nouvelle, qui a occasionné près de 177 000 partages sur Facebook, est tirée du site satirique *Le Gorafi*, puis sortie de son contexte pour être diffusée « au premier degré ». Cette pratique de « blanchiment » d'une information parodique semble relativement courante dans les mécanismes de production des fausses informations : dans la base de données générale du Décodex, 148 articles (sur les 1001 présents) ont pour origine première une information publiée sur un site parodique, puis sortie de son contexte.
- 24 Comment expliquer cette focalisation des fausses informations politiques sur la personnalité d'Emmanuel Macron ? Une des hypothèses que l'on peut avancer est qu'en France, comme l'ont montré différentes enquêtes⁸, les fausses informations politiques constituent un support de communication privilégié par les réseaux d'extrême-droite. À ce titre, pendant la campagne électorale de 2017 et les premiers mois de la présidence Macron, décrédibiliser le principal opposant à la candidate d'extrême-droite, via des contenus mettant en scène sa mauvaise gestion des affaires publiques ou son mépris de classe, correspondrait à une stratégie de propagande politique. Par ailleurs, la candidate d'extrême-droite, Marine Le Pen, semble faire l'objet de davantage de mansuétude chez les producteurs et productrices de fausses nouvelles, puisque sur les deux seuls articles qui la concernent, l'un des deux titre « *Plus de 93% des français sont prêts à voter pour Marine Le Pen à la présidentielle* », et l'autre lui prête une citation falsifiée selon laquelle elle aurait déclaré « *Hitler a fait moins de dégâts en France que Hollande dans le même laps de temps* ».
- 25 Une autre élément qui va dans le sens d'un marquage idéologique assumé des fausses nouvelles étudiées ici a trait à l'analyse d'une autre catégorie du Décodex, celle relative aux « *fake news* » portant sur l'immigration, que nous avons réalisé dans le cadre d'une autre étude⁹, dont la tonalité xénophobe est explicite. Ainsi, parmi les articles les plus partagés de cette catégories on retrouve les contenus suivants : « *Nouvelle loi : les célibataires de plus de 30 ans devront accueillir un migrant* », « *Remplacer des jours fériés chrétiens par des fêtes musulmanes ?* », « *Nombre de retraités vivent avec 400€/mois, les migrants ont le gîte, le couvert et 513€/mois* », « *Jusqu'à 3265€ par mois pour un couple de gens du voyage avec trois enfants sans travailler* » ou encore « *Près de 40 000 immigrés dorment toutes les nuits à l'hôtel* ». Cette tonalité générale semble corroborer l'idée des canulars politiques comme support d'une propagande politique d'extrême-droite visant à mettre à l'agenda du débat en ligne des thématiques chères aux mouvements que la composent.

L'injustice comme levier d'indignation

Figure n°2 : Thèmes des articles de la catégorie « Politique » (n = 234)



- 26 Un autre résultat important de ce premier codage a trait au cadrage utilisé dans la plupart des fausses informations du corpus. En effet, la question de l'impôt et de la dépense publique est de loin le thème le plus abordé. On retrouve ainsi ces thématiques dans 119 articles de la catégorie politique (sur 234 au total.). Les articles qui abordent ces thèmes annoncent par exemple la création de nouvelles taxes (sur les potagers, sur la propriété), la suppression d'aides (prime de Noël, allocations familiales, prime de rentrée scolaire), ou mettent en avant la gestion supposée désastreuse de l'argent public par les élus et leur train de vie dispendieux. De la même façon, notre enquête précédente qui portait sur la catégorie « immigration » était parvenue à une conclusion similaire, puisque 26 articles de cette catégorie (sur un total de 45), traitaient la question de l'immigration sous l'angle des contraintes d'accueil des migrants et des coûts engendrés par leur prise en charge.
- 27 Au-delà du nombre important d'articles produits sur ces thèmes, les fausses nouvelles abordant le thème de l'impôt et de la dépense publique représentent 56,2% des partages de la catégorie politique et 57,6% des commentaires générés (soit plus de 600 000 messages). Autrement dit, elles sont des thématiques particulièrement performantes pour générer de l'« engagement » (des *likes*, des commentaires, des partages) des utilisateurs. Les travaux de Dominique Pasquier portant sur les pratiques informationnelles des classes populaires sur Facebook avaient déjà montré l'importance de cette thématique comme levier de participation : si les classes populaires (notamment rurales) parlent peu de politique en ligne, la question des aides sociales, de la gestion de l'argent public et du mode de vie des élites font partie des rares sujets politiques fréquemment abordés (Pasquier, 2018). Au sein de notre corpus, le levier d'indignation que constituent ces thématiques assurent, via les relais des partages, une certaine visibilité aux fausses informations en question. Par ailleurs, elles génèrent de la discussion, via les commentaires, et semblent ainsi propice à l'expression de prises de position politiques en accord avec les positions défendues dans l'article. Pour vérifier cette dernière hypothèse, il reste à étudier les fils de discussion en question afin de caractériser les échanges qui naissent de ces partages.

Débattre à partir de « *fake news* »

Le codage des discussions

- 28 Après s'être intéressé aux types d'indignations politiques dont les fausses informations du Décodex pouvaient constituer un support, la seconde partie de cette étude explore les usages de ces mêmes contenus, à travers l'analyse de fils de discussions associés à leur partage sur Facebook. La base de données du Décodex propose en effet des liens vers les posts originaux qui ont été vérifiés par les journalistes, et qui permettent d'en retrouver la trace sur le réseau social. Première difficulté : la plupart du temps, ces contenus originaux ont disparu, c'est-à-dire que la page qui les a mises en ligne a été supprimée, ou a supprimé le post en question. En tapant dans la barre de recherche de Facebook le titre du canular, on peut parfois tomber non sur l'original (la première mise en ligne de la fausse information), mais sur un partage de l'original par un usager ou par une autre page Facebook n'ayant pas de lien direct avec celle ayant produit la fausse information originale. Ces relais, auxquels nous avons eu accès sur Facebook, sont d'autant plus intéressants au regard de notre problématique, car ils permettent d'observer des discussions entre internautes qui ne suivaient pas de premier abord la page qui a produit la fausse information en question.
- 29 Nous avons effectué cette recherche basique sur Facebook en tapant les titres des 10 articles les plus partagés de la catégorie politique du Décodex, puis sélectionné parmi les réponses 15 posts ayant donné lieu à des fils de discussion. Pour chacun de ces posts, nous avons conservé les 10 premiers commentaires, ou tous les commentaires s'ils étaient inférieurs à 10. Par ailleurs, sur Facebook, il est possible de répondre à un commentaire (commentaire de second niveau), directement sous celui-ci : dans ce cas précis, nous avons récupéré les trois commentaires de second niveau qui avaient été les plus « likés ». Au total, le maximum de messages retenus par post est donc de 30 messages, soit 450 messages pour les 15 posts. Comme certains posts n'atteignaient pas la limite des 10 commentaires, ou qu'il n'existait parfois pas de commentaire de second niveau, nous nous sommes retrouvés avec un corpus moins important, comportant 350 commentaires. Ces commentaires ont fait l'objet d'un codage, à partir des méthodes en vigueur dans le domaine de l'analyse des délibérations en ligne (Strommer-Galley, 2005 ; Greffet, Wojcik, 2008 ; Monnoyer-Smith, Wojcik, 2012) : il s'agit, pour chacun des messages, de recenser un certain nombre de caractéristiques, à partir d'une grille pré-établie. Dans le cadre de cette étude, les critères suivants ont été observés :
- 30 Adhésion (n=285) : les messages ont été codés « positif » ou « négatif » en fonction de leur soutien à la position défendue dans le titre du canular afin de mesurer le degré d'altérité de la conversation (le fil de discussion est-il majoritairement composé d'individus qui partagent le point de vue exprimé dans le post, ou à l'inverse accueille-t-il des internautes aux opinions variées ?) ; les messages qui ne correspondaient à aucun de ces cas de figure n'ont pas été codés (n = 65).
- 31 Politisation du débat (n=318) : les messages ont d'abord été codés « positif » s'ils exprimaient une opinion ou un argument ayant trait à un débat d'intérêt général d'actualité et « négatif » quand ce n'était pas le cas ; par ailleurs, un sous-codage s'intéressait au type d'orientation politique du message quand celle-ci était identifiable (n= 222) : le message était codé « pro-FN » quand il faisait explicitement la promotion de la candidate d'extrême droite, « anti-Macron » quand il contenait une attaque ou

une critique contre le candidat de la République en Marche ou du président (sans qu'il soit forcément possible d'identifier l'origine politique de cette critique), « gauche » quand le message défendait un candidat, un programme ou des principes clairement identifiables comme appartenant à la gauche, et « anti-système » quand il contenait une critique des institutions et des partis, sans que l'origine politique de cette critique ne soit forcément identifiable ; lorsqu'elle ne correspondait à aucun de ces cas de figure, le message était codé « neutre » (n = 96).

- 32 Violence expressive (n=350) : les messages étaient codés « positif » lorsqu'ils contenaient une insulte ou une marque d'agressivité, et « négatif » quand ce n'était pas le cas.
- 33 *Fact-checking* : les messages qui intervenaient dans la conversation pour signaler aux autres internautes que le contenu discuté correspondait à une fausse information ou donnait une version tronquée des faits étaient codés « FC » (pour *fact checking*) (n = 40).
- 34 Dans les travaux scientifiques évaluant les caractéristiques de débats en ligne par le biais d'une méthode de codage (Monnoyer-Smith, Wojcik, 2012), ce travail est généralement doublé : deux chercheurs réalisent un codage individuel d'un même corpus et mettent en commun leurs résultats afin d'objectiver au maximum les résultats produits. Pour des raisons matérielles, cela n'a pas été possible dans le cadre de cette étude. Les résultats produits présentent donc, comme dans tout travail de codage, une part de subjectivité.

Adhésion

- 35 À travers le travail de codage, nous avons donc d'abord cherché à analyser le caractère contradictoire du débat, en codant les messages qui allaient dans le sens du canular (c'est-à-dire l'approuvaient, la développaient, s'en servaient pour exprimer un point de vue en accord avec celui de l'article) et ceux qui allaient à son encontre. L'enjeu était d'évaluer si le débat, dans les fils de discussion, était contradictoire. Sur les 285 messages qui ont pu être codés (le reste des messages n'avait pas forcément de lien avec l'article, notamment lorsque la discussion s'engageait entre deux personnes sur un autre sujet), 208 (73%) allait dans le sens de l'article, 77 (27%) allait dans un sens inverse. On observe donc que les articles du corpus servent majoritairement dans les commentaires à exprimer des messages allant dans son sens, même si le débat contradictoire n'est pas totalement absent des fils de discussion.
- 36 Ce résultat ne rend pas justice à ce que l'on peut observer en situation sur les pages Facebook lorsque l'on adopte un point de vue davantage ethnographique de l'observation des discussions en ligne (Le Caroff, Jouët, 2012), qui prend notamment en considération les dynamiques d'interaction entre les individus et les possibilités d'expression non verbale offerte par le dispositif. Dans ce cas en effet, on observe que le degré d'adhésion au message initial dépend principalement de la page qui a posté la fausse information. En effet, dans les posts sélectionnés, qui constituent, comme nous l'avons dit plus haut, des partages des posts originaux par d'autres pages ou par des individus, on retrouve des pages politisées (comme « *Résistance républicaine* », « *Vladimir Poutine Fan Club* », « *Citoyens patriotes* » ou « *Riposte Laïque* » par exemple) ou des pages non-politisées (« *Le Monde des femmes, recettes et astuces* » ou « *Geek Hebdo* » par exemple). Le degré de politisation de la page semble ainsi être le facteur déterminant du degré d'adhésion au message véhiculé par la fausse information : plus une page est

politisée, moins l'échange est contradictoire. À l'inverse, quand une page généraliste ou un individu est à l'origine du partage, l'expression de désaccords est plus fréquent.

- 37 Dans le premier cas de figure, étant donné que les internautes qui suivent la page semblent eux-mêmes partager une orientation politique, les fils de discussion s'apparentent à des chaînes d'indignations : chacun y va de son message pour s'offusquer de la nouvelle propagée par l'article, générant un effet d'entraînement qui favorise parfois des dynamiques de « brutalisation » du débat (avec des marques d'agressivité de plus en plus visibles). L'impression générale est celle d'un grand défouloir : l'information propagée sert de support à l'expression d'une indignation partagée. Dans le second cas de figure, étant donné que les internautes suivent une page indiquant un intérêt commun, mais pas d'orientation politique partagée, le débat est davantage contradictoire. On se retrouve ici typiquement dans le cas des « tiers espaces » étudiés par Scott Wright ((2016), à savoir des espaces en ligne qui ne sont pas politisés à priori, et où justement se déroulent les débats politiques réellement contradictoires, dans la mesure où ils réunissent des individus appartenant à des bords politiques distincts. Ici, la discussion de fausses informations ne semble donc pas différer de ce qui est observable dans le cas de contenus d'actualité produits par des médias traditionnels.

Figure n°3 : Exemple d'une chaîne d'indignations sous un article intitulé « Macron : un cadeau de 14 milliards d'euro à Patrick Drahi en échange d'une campagne de matraquage médiatique »



Politisation

- 38 Dans un second temps, nous avons codé les messages en fonction de leur dimension politique. Ont été considérés comme des messages à caractère politique des prises de parole ayant trait à la discussion d'un problème public, d'un sujet d'intérêt général ou

d'un thème de campagne. . Sur les 318 messages qui ont été codés, 222 (près de 70%) correspondaient à ce cas de figure, les messages restant ayant principalement trait à des échanges interpersonnels. Nous avons ensuite cherché à connaître le degré de politisation des messages, en identifiant ceux qui dans le corpus assumaient une position partisane, défendaient la position d'un candidat, voire appelaient à voter pour lui ou elle. Plus de la moitié des messages (54, 6%) ont été codés comme « neutres », c'est-à-dire qu'ils ne présentaient pas de marque de politisation ou que la position qui était défendue était ambiguë et ne pouvait pas faire l'objet d'un codage objectif. Parmi les messages restants, 12,2% défendaient clairement des positions d'extrême-droite et 3,5% défendaient une position « de gauche » ou « pro-Macron ». Par ailleurs, 21,2% des messages étaient clairement « anti-Macron » et 8,5% « anti-système » sans que l'on puisse dire, à la lecture du message isolé, s'il s'agissait d'une posture anti-système de droite ou de gauche.

- 39 Si l'on sort maintenant de la perspective purement statistique pour adopter un point de vue davantage ethnographique, qui prend en compte le contexte d'interaction et n'isole pas le message de la discussion globale, cet « anti-macronisme », comme les messages « anti-système », apparaissent clairement de droite et principalement d'extrême-droite. Ainsi, un message anti-système non politisé prenant part dans une discussion qui défend explicitement le programme de Marine Le Pen ne sera pas codé comme politisé, dans la mesure où isolément, il ne comprend pas de marque de politisation. Mais dans la mesure où il soutient les interlocuteurs et va dans le sens des positions exposées dans l'échange, il peut être interprété dans le fil de discussion comme une prise de position d'extrême droite. Si on ajoute aux 12,2% des messages d'extrême-droite les 21,2% anti-macronistes qui prennent part dans des fils de discussion marqués par des échanges très à droite, ce sont 33,4% des messages, soit 1/3 du corpus, qui s'apparentent à des échanges de partisans ou de sympathisants du Front National et de mouvements affiliés, sans que nous puissions cependant l'affirmer objectivement.
- 40 Ce résultat n'est pas forcément étonnant, dans la mesure où comme nous l'avons vu dans la première partie de l'étude, les fausses informations elles-mêmes mettent en valeur des thématiques de mobilisation proches de celles de l'extrême droite. Il n'en reste pas moins que dans le cadre de notre corpus, les canulars politiques à la française constituent indubitablement un support de prise de parole pour des internautes situés à la droite de la droite du spectre politique.

Violence expressive

- 41 Il est à noter par ailleurs que la tonalité globale des échanges est plutôt violente, puisque des marques d'agressivité (insultes, vulgarités, propos haineux ou menaces) ont été identifiés dans 30,7% des messages composant le corpus. Il s'agit généralement d'insultes envers Emmanuel Macron, des journalistes ou plus généralement de « la gauche ». Un cas présent dans le corpus que nous n'avons pas pu quantifier concerne les discours de haine, principalement tournés contre les musulmans, et qui donnent lieu à des échanges d'une violence particulièrement explicite. D'une manière générale, lorsqu'un article traite de l'islam ou des migrants, les fils de discussion donnent lieu à une dynamique de libération d'une parole ouvertement raciste.

Figure n°4 : deux exemples de logiques de « brutalisation » du débat. Dans le premier, la personnalité d'Emmanuel Macron cristallise la violence expressive. Dans le second, tiré d'un fil de discussion sous un article relatif au financement public d'une mosquée à Tulle, les discours de haine et appels à la violence contre les musulmans sont explicites.



- 42 Dans une perspective d'analyse de la « qualité » du débat en ligne propre aux analyses de délibérations, la première conclusion de cette partie de l'étude est que les fausses informations politiques donnent lieu à des débats politisés et marqués à l'extrême-droite, notamment parce qu'elles sont l'objet d'appropriations par des militants et sympathisants de ces mouvements. Elles constituent ainsi des supports de discussion autant que de communication autour des thématiques comme l'immigration, les droits des minorités et plus globalement le train de vie des élites. Les discussions en elles-mêmes font preuve d'une certaine agressivité. Cette violence expressive, principalement tournée vers des personnalités perçues comme des opposants politiques, se mue parfois en discours de haine, notamment quand les sujets de discussion ont trait à l'islam. Pour autant, ces caractéristiques sont moins liées aux fausses informations elles-mêmes qu'aux pages qui les partagent. Quand celles-ci sont ouvertement conservatrices ou traditionnalistes, la discussion produit un « effet défouloir » qui s'incarne à travers des chaînes d'indignations qui favorisent l'agressivité et la libération d'une parole ouvertement raciste. À l'inverse, quand des individus ou des « tiers espaces » sont à l'origine du partage, le débat est généralement plus ouvert, plus contradictoire et moins agressif.
- 43 Autrement dit, qu'il s'agisse de politisation ou d'adhésion, la discussion de fausses informations ne semble pas diverger de la discussion d'informations classiques, dans le sens où c'est avant tout l'acteur qui diffuse le contenu, ainsi que la tonalité politique de l'espace de discussion, qui détermine ce degré. Le niveau d'agressivité en revanche, semble particulièrement important dans les discussions observées ici, mais ce dernier semble moins s'expliquer par le caractère falsifié des informations discutées que par la tonalité xénophobe de bons nombres des articles étudiés.

Les limites du *fact-checking*

- 44 Un autre élément qui corrobore l'idée que la discussion de fausses informations ne diffère pas de celle d'informations d'actualité traditionnelles est la réception des interventions de *fact-checking* au sein des conversations. Dans mon corpus, il s'avère que 40 messages (17,1%) correspondent à une intervention visant à alerter les internautes sur le caractère falsifié de l'information dont ils discutent. Lorsque l'on observe les échanges en contexte, cela signifie qu'un message sur cinq ou six correspond à une alerte de ce type. L'impression globale qui en ressort est que les internautes qui discutent sous la publication d'une fausse information sont globalement mis au courant de son caractère douteux. Pourtant, ces interventions ne semblent avoir que très peu d'impacts sur la dynamique des échanges comme le montre l'exemple ci-dessous.

Figure n°5 : Exemple des difficultés rencontrées par les interventions de *fact-checking* à influencer la dynamique des conversations



- 45 Cette capture d'écran montre le partage d'une fausse information publiée initialement par le site Riposte Laïque concernant une nouvelle taxe imposée aux propriétaires. Elle est postée par Jean-Michel Fetsch, maire UMP de Lauterbourg, une commune d'Alsace, accompagnée du message suivant « *Oui réfléchissez à deux fois* ». L'article étant posté le 5 avril 2017, on peut en déduire que « *réfléchir à deux fois* » signifie ne pas voter pour Emmanuel Macron au premier tour de la présidentielle. La première personne qui intervient dans le fil de discussion approuve le message d'un simple « *Exact !* » mais dès le deuxième message, un internaute alerte sur le caractère douteux de la nouvelle. Il poste un démenti tiré du site d'En Marche accompagné du commentaire « *Un mensonge du début à la fin* ». Jean-Michel Fetsch lui répond alors « *Mais ça c'est le site officiel de propagande* », semblant signifier que le démenti d'une information fausse par les

intéressés eux-mêmes ne constituerait pas une donnée suffisamment fiable, et donc que l'équipe de campagne d'Emmanuel Macron aurait un agenda secret à propos duquel elle mentirait ouvertement en temps de campagne. Son intervention suivante, « *Heureux ceux qui croient en BFMacron, moi non* », insinue que les médias sont complices de la manipulation et que dans ces conditions, aucun démenti, aucune vérification, qu'elle provienne du monde politique ou médiatique, ne constitue une ressource pouvant invalider l'information initiale.

- 46 La capture d'écran représente 11 commentaires de premier niveau et 10 commentaires de second niveau (des commentaires de commentaires). Sur ces 21 messages, 8 constituent des interventions de *fact-checking*. Soit les internautes alertent sur le caractère peu fiable de l'information (« *un mensonge* », « *c'est de l'intox* », « *c'est du pipeau. Faut arrêter ces conneries* ») soit ils critiquent directement la source dont est tirée le partage (« *des sites racistes qui colportent la haine* », « *Riposte Laïque est un site d'extrême droite* », « *ce genre de sites qui polluent les réseaux sociaux* », « *ceux qui sont réduits à diffuser (et croire) Riposte Laïque sont des gogos* »). Parfois l'intervention est accompagnée d'arguments politiques (« *les non propriétaires comme moi sont contents parce qu'ils ne payeront plus leur taxe d'habitation* », « *une grosse intoxic comme sa patronne (NDLA : Marine Le Pen), lamentable hier soir quand elle est face au vide de son programme* »). Pour autant, aucune de ces interventions ne semble capable d'enrayer la dynamique du débat. Soit ceux qui les portent sont disqualifiés par les autres (« *le bobo avec le drapeau de l'union européenne défend son champion* », « *ceux qui soutiennent la macaroni n'ont rien dans la cervelle flamby bis* »), soit les messages postés servent à exprimer un rejet de la personnalité d'Emmanuel Macron, indépendamment de la teneur des autres messages (« *Je crois que Macron n'aime pas les gens* »). L'échange se termine pas un très explicite « *Le 24 avril... il sera trop tard... réfléchissez* ».
- 47 Une étude portant sur les fausses informations dans le domaine de la santé sur les réseaux sociaux (Vraga, Bode, 2017) a ainsi montré que pour être efficace, le *fact-checking* doit remplir trois conditions. D'abord, il doit intervenir rapidement après la publication de la fausse nouvelle afin d'enrayer sa diffusion. Ensuite, celui-ci fonctionne d'autant mieux qu'il est sourcé. Concrètement, dans cette étude, lorsqu'une fausse nouvelle est postée sur Facebook, si le premier commentaire en dessous contredit l'argument défendu dans l'article et qu'il comporte un lien vers un site externe, alors les individus sont plus sensibles à sa réfutation. Enfin, la dimension collective joue également dans la perception de la véracité de l'information. Plus la réfutation est soutenue par les internautes sur le réseau social, à travers des *likes* ou des commentaires abondant dans son sens, plus les individus exposés à la fausse information sont prompts à la remettre en question. Les auteurs signalaient cependant une limite importante à leur étude : le *fact-checking* s'avère efficace s'il concerne un sujet à propos duquel les internautes n'ont pas d'avis préalable. À partir du moment où la thématique du canular concerne un sujet à propos duquel les internautes disposent d'une grille interprétative bien établie, alors le *fact-checking* est mis en échec. C'est bien la principale limite de la vérification des articles politiques : à partir du moment où la désinformation touche à des sujets qui mettent en jeu des valeurs et des convictions, la publication de démentis n'aura que très peu d'impact sur l'expression de messages allant dans le sens de la fausse nouvelle.

Figure n°6 : Autre exemple des difficultés du fact-checking, sous un article relatif à une fausse déclaration d'Emmanuel Macron selon laquelle il se laverait les mains « après avoir serré la main d'un pauvre »



- 48 Dans l'exemple ci-dessus, le message de *fact-checking* intervient en premier commentaire, il donne la source originelle du canular et est massivement soutenu par les internautes, puisqu'il obtient 179 *likes*, ce qui lui permet d'arriver en première position sous le contenu posté. Autrement dit, ce message remplit les trois critères (vitesse, source, soutien) identifiés dans l'étude d'Emily Vraga et Leticia Bode cité au précédent paragraphe. Pour autant, là encore, l'échange n'est pas clos par cette intervention et certains internautes vont revendiquer leur adhésion à la position défendue par l'article tout en ayant conscience que l'information est fausse. C'est le cas d'un internaute qui poste le message suivant :

tout le monde sait que c'est du *fake*, c'est juste pour vous montrer ce que ça fait quand on vous fait l'inverse avec tout les médias qui soutiennent macron et qui nous menacent de guerre civile en cas de défaite mais bon vous réagissez que pour défendre macron c'est bien vous êtes de bons chiens les français.

- 49 Autrement dit, selon cet internaute, publier des fausses informations anti-Macron est une forme de riposte au soutien perçu comme unanime des médias traditionnels à son égard. Sur des sujets politiques, à propos desquels les internautes ont des convictions bien forgées, le *fact-checking* a peu de chance de réussir à convaincre. Au contraire, il peut même être perçu comme une tentative d'opposants de réaffirmer leur pouvoir sur la circulation des informations. Dans ce cas, il fera l'objet d'un rejet de la part de ceux qu'il est censé convaincre.

Conclusion

- 50 La première conclusion de cette étude exploratoire est qu'il ne semble pas exister de différence fondamentale entre les dynamiques de discussion de fausses informations et celles de discussion d'informations traditionnelles, au regard de deux critères fréquemment étudiés dans les études des débats en ligne : la politisation des échanges et l'expression de désaccords. Dans les deux cas, ce degré de politisation et le caractère contradictoire des échanges est moins lié aux contenus eux-mêmes qu'aux caractéristiques des pages qui les partagent. Plus ces pages sont politisées, plus le contenu des échanges est politisé, et moins le débat est contradictoire, dans la mesure où les individus en interaction sont davantage susceptibles de partager les mêmes orientations politiques. Les commentaires de fausses informations s'apparentent alors à des « chaînes d'indignation », qui dans certains cas peuvent favoriser des dynamiques de brutalisation des échanges (notamment en fonction des thèmes abordés). À l'inverse, les pages a-politiques, qui réunissent des internautes aux profils variés, donne davantage naissance à des débats contradictoires et moins politisés.
- 51 Non seulement le caractère falsifié d'une information ne semble pas influencer les dynamiques de sa mise en débat, mais plus encore, cette falsification semble totalement secondaire pour la plupart des internautes qui participent aux échanges. Lorsque dans les fils de discussion interviennent des commentaires de *fact-checking*, qui entendent rétablir la réalité d'un fait, ceux-ci n'ont aucune influence sur la teneur des autres commentaires et plus généralement sur la dynamique de l'échange. Ce résultat corrobore l'hypothèse selon laquelle les fausses informations constituent moins des outils d'influence que des supports de prise de parole pour des individus déjà convaincus, qui partagent des « *fake news* » pour « parler avec les mots des autres », comme dans le cas de la discussion d'informations d'actualité traditionnelles (Bastard, 2019), ou dans celui du partage de maximes et de citations sur Facebook (Pasquier, 2018).
- 52 Est-ce à dire que la vérification des faits n'a aucune utilité dans ces espaces de débat en ligne ? Ce serait oublier que le *fact-checking* peut produire des effets indirects, certes difficilement quantifiables, mais qui n'en sont pas moins significatifs. Des études portant sur les usages de Facebook (Bastard et al., 2017) ont montré qu'une part non négligeable des internautes qui utilisent le réseau social le perçoivent en quelques sortes comme un navigateur : ils l'utilisent pour garder le contact avec des amis et suivre leurs activités, mais ne publient pas d'informations sur leur mur et ne participent pas aux conversations. Ces internautes « passifs », seraient à la fois constitués d'internautes qui partagent occasionnellement quelques contenus sans les commenter (7%), voire qui n'y auraient aucune activité autre que l'observation des activités de leurs contacts (17%), et constitueraient donc près d'1/4 des utilisateurs de Facebook. Ce public passif constitue justement une des cibles des journalistes *fact-checkers* : plutôt que de chercher à convaincre des convaincus, ou des internautes qu'ils ne pourront pas convaincre, ils s'adressent à la masse des internautes silencieux pour les alerter sur les contenus manipulateurs.
- 53 Un troisième résultat de cette étude est la focalisation d'un nombre important de fausses informations politiques sur les thèmes de l'impôt et de la dépense publique. Ces thèmes, plus que les autres analysés dans ce corpus, suscitent des partages et des commentaires en grandes quantités. Sans que nous puissions l'affirmer ici, nous

formulons l'hypothèse que cette prédominance des thèmes de l'impôt et de la dépense publique ne doit rien au hasard, et constitue davantage un choix stratégique des producteurs de fausses informations, qui les conçoivent comme des leviers d'indignation à même d'assurer le partage et donc la circulation des contenus qu'ils mettent en ligne.

- 54 Cette étude exploratoire invite enfin à de nouvelles recherches portant sur les mécanismes de « conversion au complotisme » qui se jouent dans ces discussions du quotidien. Comment passe-t-on de la conversation informelle d'une fausse information à un engagement au sein d'un collectif de pairs, plus ou moins organisé, qui produit des formes d'enquête alternative sur des faits d'actualité, comme celles étudiées par Franck Rebillard dans le cas du Pizza Gate (2017)? Par quels mécanismes ces discussions quotidiennes et ces enquêtes collectives peuvent-elles déboucher sur des manifestations politiques violentes « *in real life* », comme dans le cas du mouvement QAnon aux Etats-Unis ? L'analyse des discussions politiques du quotidien sur les réseaux sociaux, et les méthodes propres à l'analyse de la délibération en ligne, peuvent contribuer à apporter certaines réponses à ces questions.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

ALBERTINI Dominique, DOUCET David (2016). *La Fachosphère. Comment l'extrême droite remporte la bataille d'Internet*, Paris, Flammarion.

ALDRIN Philippe (2005). *Sociologie politique des rumeurs*, Paris, Presses Universitaires de France.

ALLARD-HUVER François (2017). « Fake news », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 10 novembre 2017. Accès: <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/fake-news/>

ALLCOTT Hunt, GENTZKOW Matthew (2017). « Social media and fake news in the 2016 election », *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), pp. 211-236.

ALLOING Camille, VANDERBIEST Nicolas (2018). « La fabrique des rumeurs numériques. Comment la fausse information circule sur Twitter ? », *Le temps des médias*, 30, pp 105-123.

BASTARD, Irène (2019). « Coder/décoder/recoder. La construction sociale de la réception des informations sur Facebook », *Terminal*, 125-126, en ligne, consulté 05.03.21. URL : <https://journals.openedition.org/terminal/5292?lang=en>

BASTARD Irène, CARDON Dominique, CHARBEY Raphaël, COINTET Jean-Philippe,

PRIEUR Christophe. « Facebook, pour quoi faire? Configurations d'activités et structures relationnelles », *Sociologie*, 8 (1), pp. 57-82.

- BENKLER Yochai, FARIS Robert, ROBERTS Hal (2018). *Network propaganda. Manipulation, disinformation and radicalization in American politics*, Oxford, Oxford University Press.
- BOYADJAN Julien (2014). « Twitter, un nouveau 'baromètre de l'opinion publique' ? », *Participations*, 8, pp. 55-74.
- BOYADJAN Julien (2020). « Désinformation, non-information ou sur-information ? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants », *Réseaux*, n°222, pp.21-52.
- BROCKMAN David E., GREEN Donald P, (2014). « Do online advertisements increase political candidates' name recognition or favorability? Evidence from randomized field experiments », *Political Behavior*, 36 (2), pp. 263-289.
- CARDON Dominique (2019). « Pourquoi avons-nous si peur des fake news? », AOC, en ligne, consulté 05.03.21. URL : <https://aoc.media/analyse/2019/06/20/pourquoi-avons-nous-si-peur-des-fake-news-1-2/>
- CHADWICK Andrew, VACARI Cristian (2019). « News sharing on UK social media. Misinformation, disinformation and correction », *Online Civic Culture Centre Report*, en ligne, consulté 05.03.21. URL : <https://www.lboro.ac.uk/research/online-civic-culture-centre/news-events/articles/o3c-1-survey-report-news-sharing-misinformation/>
- DELOUVEE Sylvain (2015). « Répéter n'est pas croire. Sur la transmissions des idées conspirationnistes », *Diogène*, 249-250, pp. 88-98.
- DUFFY Andrew, TANDOC Edson, LING Richard (2019). « Too good to be true, too good not to share: the social utility of fake news », *Information, Communication & Society*, 22 (14), pp. 1965-1979.
- FRAU-MEIGS Divina (2019). *Faut-il avoir peur des fake news?*, Paris, La Documentation Française.
- FROISSART Pascal (2009). « Le corps dans les rumeurs visuelles sur l'internet », *Esprit*, 3-4, pp. 189-196.
- GIMENEZ Elsa, VOIROL Olivier (2017). « Les agitateurs de la toile. L'internet des droites extrêmes », *Réseaux*, 202-203, pp. 9-37.
- GREFFET Fabienne, WOJCIK Stéphane (2008). « Parler politique en ligne : une revue des travaux français et anglo-saxons », *Réseaux*, 150, pp. 9-16.
- GUESS Andrew, NAGLER Jonathan, TUCKER Joshua (2019). « Less than you think : Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook », *Science Advances*, 5 (1), en ligne, consulté 05.03.21. URL : <https://advances.sciencemag.org/content/5/1/eaau4586>
- HUYGHE François-Bernard (2018). *Fake news, la grande peur*, Versailles, VA Press.
- JAMIESON Kathleen H. (2018). *Cyberwar. How Russian hackers and trolls helped elect a President*, Oxford, Oxford University Press.
- JOUËT Josiane, LE CAROFF Coralie (2013). « L'observation ethnographique en ligne », in Barats Christine (dir.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin , pp. 147-165.
- LAZARSFELD Paul, (1968). *People's choice: how the voter makes up his mind in a Presidential campaign*, Columbia, Columbia University Press.
- LE CAROFF Coralie (2015).« *Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook* », Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication soutenue le 11/12/2015, Université Paris II Panthéon-Assas, en ligne, consulté 05.03.21. URL : <http://www.theses.fr/fr/192763024>

- LE CAROFF Coralie, FOULOT Mathieu (2019). « L'adhésion au « complotisme saisi à partir du commentaire sur Facebook », *Questions de communication*, 35, pp. 255-279.
- MONNOYER-SMITH Laurence, WOJCIK Stéphanie (2012). « Technology and the quality of public deliberation : a comparison between on and offline participation », *International Journal of Electronic Governance*, 5 (1), pp. 24-49.
- NIELSEN Ramus K., GRAVES Lucas (2017). « News you don't believe": Audience perspectives on fake news », *Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet*, en ligne, consulté 05.03.21 : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-dont-believe-audience-perspectives-fake-news>
- PASQUIER Dominique (2018). *L'internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*, Paris, Presses des Mines.
- REBILLARD Franck (2017). « La rumeur du PizzaGate durant la présidentielle de 2016 aux États-Unis. Les appuis documentaires du numérique et de l'Internet à l'agitation politique », *Réseaux*, 202-203, pp. 273-310.
- SILVERMANN Craig (2016). "This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook", *Buzzfeed*, 16 novembre 2016.
- STROMER-GALLEY Jennifer (2007). « Measuring deliberation's content: a coding scheme », *Journal of Public Deliberation*, 3 (1), en ligne, consulté 03.05.21. URL : <https://delibdemjournal.org/article/id/331/>
- VOSOUGHI Soroush, ROY Deb, ARAL Sinan (2018). « The spread of true and false news online », *Science*, 359 (6380), pp. 1146-1151.
- VRAGA Emily K., BODE Leticia (2017). « I do not believe you: how providing a source corrects health misperceptions across social media platforms », *Information, Communication & Society*, 21 (10), pp. 1-17.
- TAÏEB Emmanuel (2010). « Logiques politiques du complotisme », *Sociologie et sociétés*, 42 (2), pp. 265-289.
- TANDOC Edson C., LIM Zheng Wei, LING Richard (2018). « Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions », *Digital Journalism*, 6 (2), pp.137-153.
- WRIGHT Scott (2016). « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, deliberation et « tiers espace » », *Questions de communication*, 30, pp. 119-134.
- WRIGHT Scott, GRAHAM Todd, JACKSON Daniel (2016). « Third space, social media, and everyday political talk », in Bruns Axel et al. (eds.), *The Routledge companion to social media and politics*, London, Routledge, pp. 74-88.

NOTES

1. J'utilise dans cet article le terme de « *fake news* » entre guillemets lorsqu'il s'agit de désigner la catégorie en débat dans l'espace public qui suscite les controverses autour de la désinformation en ligne. Lorsque j'aborde l'analyse des contenus en eux-mêmes, j'utilise plutôt le terme de canular d'actualité ou de fausse information. Sur l'étymologie de l'expression « *fake news* » et ses usages dans le débat public, voir (Allard-Huver, 2017).

2. Voir le rapport « Le rôle et l'impact des éditeurs non traditionnels à la Présidentielle française 2017 », disponible en ligne : <https://www.bakamosocial.com/frenchelection>
3. Voir les résultats de l'enquête collective « Les circuits de fausses informations », disponible en ligne : <https://medialab.github.io/datapol/app/#!/md/fakenews>
4. Voir la récente étude du Stanford History Education Group disponible en ligne : <https://sheg.stanford.edu/students-civic-online-reasoning>
5. « Enquête sur le complotisme », disponible sur le site de la Fondation Jean Jaurès : <https://jean-jaures.org/nos-productions/enquete-complotisme-2019-les-grands-enseignements>
6. J.-M. Manach, « #jesuisKouachi : le hashtag sulfureux peut dire merci au FN. Retour sur un « paradoxe réactionnel sur Twitter », Arrêt sur Images, 22/01/2015, réservé aux abonnés.
7. Sur ce point, voir Jaubert et Rivron dans ce même numéro.
8. Rapport Avaaz (2019)z, Far Right Networks of Deception, rapport disponible à l'adresse (consulté le 22/01/21 : https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinfo_network_report/)
9. Analyses dans le cadre d'une autre étude Romain Badouard (2018), « Comment Internet a bouleversé les régimes de construction des opinions ? », Colloque La démocratie à l'âge de la post-vérité, Collège de France, 27 février 2018.

RÉSUMÉS

Si de nombreux travaux ont cherché à appréhender les effets de la désinformation en ligne sur les opinions des internautes, peu en revanche se sont penchés sur les modes d'appropriation des fausses informations dans les discussions du quotidien. De quoi débat-on, et comment débat-on, lorsque des « *fake news* » sont utilisées comme ressources principales des échanges ? Existe-t-il des dynamiques de débat propres aux fausses informations, en comparaison des discussions d'actualités politiques traditionnelles ? Pour répondre à ces questions, cet article repose sur l'analyse d'un corpus de fausses informations tirées de la base de données du Décodex du journal *Le Monde*, ainsi que de l'étude de fils de discussion occasionnés par le partage de ces contenus sur Facebook. Quatre critères sont sélectionnés pour analyser les caractéristiques de ces échanges : la dimension contradictoire des débats, la politisation des prises de parole, la violence des propos et le rapport des internautes à la réalité de l'information discutée. Les résultats de cette étude exploratoire confirment notamment l'hypothèse selon laquelle les fausses informations constituent moins des outils d'influence que des supports de prise de parole pour des individus déjà convaincus, qui partagent des « *fake news* » pour exprimer des positions politiques. Elle montre également que le degré d'adhésion aux messages véhiculés par ces contenus dépend du degré de politisation de la page qui les partage.

This paper addresses the issue of « *fake news* » assimilation through the lens of online debate practices. How people debate on social networks when misinformation is used as a material for

exchanges? Are they specific features of online debates when they are related to « fake » news, with comparison to « traditional » news? To answer these questions, this study relies on the analyse of a « fake news » database known as « The Decodex », and on the discussion threads related to the publication of these contents on Facebook. Four criteria, drew from the studies of the quality of online deliberations, are observed : the contradictory degree of discussions, the politisation of exchanges, the expressive violence within threads and the perception of the reality of the event that is discussed. This article shows that “fake news” are less a tool of influence than a medium for day-to-day indignations, mainly used by convinced people to express political views through the words of others.

INDEX

Mots-clés : Fake news, débat en ligne, réception, participation politique, désinformation

Keywords : Fake news ; online debate ; quality of deliberation ; political participation ; media studies

AUTEUR

ROMAIN BADOUARD

Université Paris 2 Panthéon-Assas, Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaire sur les Médias (CARISM EA 2293)